

Exklusivt Distributionsavtal – Avtalsprocessen för ett mikroföretag

Mikael Huldén

Examensarbete för TRA (YH)-examen
Utbildningsprogrammet för Företagsekonomi
Åbo 2013



EXAMENSARBETE

Författare: Mikael Huldén

Utbildningsprogram och ort: Företagsekonomi, Åbo

Inriktningsalternativ/Fördjupning: Redovisning

Handledare: Rita Sourander

Titel: Exklusivt Distributionsavtal – Avtalsprocessen för ett mikroföretag

Datum 19.4.2013

Sidantal 28+5

Bilagor 1

Sammanfattning

Detta arbete är gjort som uppdrag för ett företag inom båtbranschen. Syftet med arbetet är ta reda på teoretisk grundinformation samt praktiska erfarenheter för att göra upp en avtalsmall som skall kunna användas mellan uppdragsgivaren och dess internationella produkttillverkare. Problemformuleringen är ifall det är möjligt och lönsamt att uppgöra ett exklusivt distributionsavtal utan att anlita utomstående juridisk expertis.

Examensarbetet består av fyra huvuddelar: teori om uppgörandet av avtal, presentation av avtalsparterna, praktiska erfarenheter om distributionsavtal samt modell på ett exklusivt distributionsavtal.

Ett exklusivt distributionsavtal innebär att avtalsparterna som i detta fall är tillverkare och distributör gör upp ett avtal om detaljer inom parternas distributions förhållande. Exklusiviteten som är en huvudpunkt i detta avtal innebär att distributören har ensamrätt till försäljning av produkterna inom det avtalade territoriet.

Uppdragsgivaren i detta arbete är ett mikroföretag som idkar försäljning inom båtbranschen med produkter från en tillverkare inom Europeiska unionen.

Examensarbetet bygger på teori om nationell och internationell lagstiftning inom avtalsrätt samt företagsekonomisk teori om uppgörande av avtal. Författaren jobbar själv för uppdragsgivaren och har praktiska erfarenheter av det företagsekonomiska behovet av avtalet. För undersökningen har även gjorts en intervju som verktyg för den kvalitativa undersökningen i arbetet. Intervjun har gjorts för att få praktiska erfarenheter om de juridiska punkterna i avtalet.

Undersökningen visar att man genom effektiv ämnesteori kan uppgöra ett fungerande exklusivt distributionsavtal.

Språk: Svenska

Nyckelord: Distributionsavtal, Samarbetsavtal

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Mikael Huldén

Koulutusohjelma ja paikkakunta: Yritystalous, Turku

Suuntautumisvaihtoehto/Syventävät opinnot: Laskentatoimi

Ohjaaja: Rita Sourander

Nimike: Eksklusiivinen jälleenmyyntisopimus – Mikroyrityksen sopimusprosessi

Päivämäärä 19.4.2013

Sivumäärä 28+5 Liitteet 1

Tiivistelmä

Tämä opinnäytetyö on tehty venealan yrityksen toimeksiannosta. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää aiheeseen liittyvää teoriaa ja käytännön kokemuksia joita tarvitaan kun laaditaan eksklusiivinen jälleenmyyntisopimusmalli, jota voidaan käyttää toimeksiantajan ja tämän kansainvälisen tuotevalmistajan välillä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, onko jälleenmyyntisopimuksen tekeminen mahdollista ja kannattavaa ilman ulkopuolisen juridisen asiantuntijan käyttämistä.

Opinnäytetyö muodostuu neljästä osasta: sopimuksen laatimisen teoriasta, sopimusosapuolten esittelystä, käytännön kokemuksista jälleenmyyntisopimukseen liittyen sekä eksklusiivisesta jälleenmyyntisopimusmallista.

Eksklusiivinen jälleenmyyntisopimus tarkoittaa, että sopimusosapuolet, jotka tässä tapauksessa ovat tuotevalmistaja sekä jälleenmyyjä, solmivat sopimuksen jälleenmyyntiyhteistyön yksityiskohdista. Eksklusiivisuus, joka on tämän sopimuksen pääpiirre, tarkoittaa, että jälleenmyyjällä on sopimustuotteiden yksinmyyntioikeus sopimusalueella.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on venealalla toimiva mikroyritys. Yritys harjoittaa jälleenmyyntiä Euroopan unionissa sijaitsevan valmistajan tuotteilla.

Opinnäytetyö perustuu kansallisen ja kansainvälisen sopimusoikeuden teorian sekä sopimusten laatimista koskevan liiketaloudelliseen teoriaan. Tekijä on itse toimeksiantajayrityksen palveluksessa ja tekijällä on siten käytännön kokemusta sopimukseen liittyvistä liiketaloudellisista tarpeista. Kvalitatiivisena tutkimusmenetelmänä käytetään haastattelua, jolla selvitetään käytännön kokemuksia juridisista kohdista.

Tutkimus osoittaa, että tehokkaan aiheteorian tutkimisen avulla voidaan laatia toimiva eksklusiivinen jälleenmyyntisopimus.

Kieli: Ruotsi Avainsanat: Jälleenmyyntisopimus, Yhteistyösopimus

Author: Mikael Huldén

Degree Program: Business administration

Specialization: Accounting

Supervisor: Rita Sourander

Title: Exclusive distribution agreement – Agreement process for a microenterprise

Date 19.4.2013

Number of pages 28+5 Appendices 1

Summary

This thesis is based on a commissioned assignment made for a distribution company in the boat industry. The purpose of this study is to study the theoretical aspect and practical experience in order to make a model agreement to be used between the distributor and its international manufacturing company. The problem question is whether it is possible and profitable to make an exclusive distribution agreement without using legal counsel.

The thesis consists of four main parts: 1. Theory of preparing the contract, 2. Presentation of the business parties, 3. Practical experience of distribution agreements and 4. Exclusive distribution agreement model.

An exclusive distribution agreement means that the parties, which in this case are the manufacturer and the distributor, make an agreement for details within their business relationship. Exclusivity is a key point in this agreement and means that the distributor has exclusive rights to sell products within the agreed territory.

The commissioning company of this work is a micro enterprise, who operates in product sales in the boat industry, with products made by a manufacturer from a country in the European Union.

The thesis is based on the theory of national and international contract law and business administration theory of making agreements. The author is working in the commissioning company and has practical experience of the business administration factors needed for the agreement. Interview is also been used as a tool for this study to gain practical experience on the legal points of the agreement.

The study shows that a working exclusive distribution agreement can be made through effective research of the subject.

Language: Swedish

Key words: Distribution agreement, agreements,

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Problemdiskussion	1
1.2	Syfte	2
1.3	Avgränsning.....	3
1.4	Metod	3
1.5	Arbetets uppbyggnad.....	4
2	Vad är ett exklusivt distributionsavtal ?.....	5
2.1	Representationsform	6
2.2	Identifiera avtalsparten	7
2.3	Avtalets språk	7
2.4	Avtalets produkt	8
2.5	Begränsningar i lagstiftningen	8
2.6	Varför behövs ett exklusivt kontrakt.....	9
2.7	Ensamrättens geografiska område.....	10
2.8	Hur tvister kan lösas i ett avtalsförhållande.....	11
2.9	Giltighetstid och uppsägning av avtal	11
2.10	Formella punkter i avtalet	12
2.11	Val av tillämpad lag.....	13
3	Avtalsparterna.....	14
3.1	Uppdragsgivaren – återförsäljare i Finland	15
3.2	Återförsäljarens marknad.....	16
3.3	Analys av avtalsparten	17
4	Kvalitativ undersökning om juridiska frågor i kontraktet.....	17
4.1	Polskt företag som avtalspartner	18
4.2	Vanligaste problemsituationer inom exklusiva distributionsavtal	18
4.3	Lönar det sig att göra avtalet själv?.....	19
4.4	Nackdelar för återförsäljaren att ingå avtal med exklusivitetsklausul	19

4.5	Tillämpning av lag.....	20
5	Företagsekonomiska detaljer i avtalet.....	21
5.1	Marknadsföring.....	21
5.2	Priser och prissättning.....	21
5.3	Logistik.....	21
5.4	Produktgaranti	23
6	Analys av nyttan av skriftligt exklusivt distributionsavtal för mikroföretag.....	24
7	Avtalet.....	25
8	Sammandrag	27
	Källförteckning	29
	BILAGA 1	31

1 Inledning

Muntliga kontrakt är lika gällande som skriftliga. Det vet de flesta företagare som någon gång ingått avtal. Men det som alla företagare inte tänker på är att när det i den framtida verksamheten möjligen uppstår problemsituationer så är ett muntligt avtal mycket svårt att påvisa i praktiken.

Problem med muntliga avtal löses enkelt med att vid alla avtalssituationer uppgöra tillräckliga skriftliga avtal, svart på vitt som bevisar vad parterna enas om för spelregler. Vid denna situation uppstår nästa problem. Nämligen hur avtalet skall göras, vilka bestämmelser och begränsningar man bör tillämpa samt hur ett skriftligt avtal egentligen i praktiken bör se ut. Detta anser jag att gör tröskeln för hög för många företagare vilkas intresse ofta endast är att engagera sig i det egna kunnandet samt kärnverksamheten och inte tillämpa skriftliga avtal vid varje uppkommande överenskommelse.

Ämnet är något jag själv länge velat fördjupa mig i och därför har jag sökt möjliga projekt som kunde genomföras som ett examensarbete. Jag är intresserad av företagsamhet och handel samt att jag även är intresserad av företagsjuridik. Från och med år 2012 har jag jobbat i ett ungt företag som under två år hållit på med att utveckla ett affärssamarbete om produktimport med en produkttillverkare i Polen. Genom att jag själv haft möjligheten att vara med och utveckla företags samarbetet och följa med från ett nära perspektiv föreslog jag under våren 2012 att jag i mitt examensarbete kunde utveckla och ta fram ett exklusivt distributionskontrakt som kunde användas som ett konkret verktyg och sammanfattning av den samarbetsutveckling som pågår. Verksamheten hos uppdragsgivaren har utvecklats till så stor skala att behov för ett sådant kontrakt börjar bli akut.

1.1 Problemdiskussion

Företagsverksamhet baserar sig på att göra vinst till dess ägare genom att sälja varor eller tjänster. För att en affärsverksamhet skall fungera krävs det att avtal och överenskommelser görs. Avtal som har att göra med den dagliga verksamheten i mindre företag såsom enskilda inköp och försäljning är oftast väldigt enkla där man mellan

parterna kommer överens om ett mindre antal detaljer såsom priser och leveranstider. Denna typ av avtal måste varje företagare känna till för att någon verksamhet över huvud taget skall kunna bedrivas.

När ett nytt företag väl kommit i gång och verksamheten börjar kräva mer långsiktiga planer, mer permanenta samarbetspartners samt mer detaljerade handlingar så uppkommer behovet att göra avancerade avtal för att verksamheten skall kunna löpa på ett bestämt och rutinmässigt sätt samt för att företaget skall kunna försäkra sig om att det faktiskt finns en grund för verksamheten även i framtiden.

Verksamheten i mikroföretag är relativt sett ofta ekonomiskt så liten att det inte finns resurser för specialister inom exempelvis juridik eller företagsekonomi när det gäller uppgörande av avtal. Det händer sig lätt att mikroföretag riktar sina utgifter på det mest nödvändiga och risken är ofta stor att man inte inser nyttan med tillräckliga avtal förrän det är för sent. Om företagaren själv inte har ämneskunskaper eller möjlighet till det så är risken ganska stor att avtalet förblir bristfälligt eller endast görs som en muntlig överenskommelse vilket i en problemsituation kan ha ödesdigra följder och kan i värsta fall resultera i att företagsverksamheten förlorar sin grund över en natt.

Det är inte svårt att motivera varför det är viktigt med ett detaljerat och fullständigt samarbetskontrakt. Att lösa tvister mellan parter, nödvändigtvis inte några stora aktörer som möjligen befinner sig i olika länder där olika praxis råder kan bli ett väldigt dyrt löst problem. (Stenberg 2008, s.229)

För att kunna sammanfatta detta kan den enkla frågan ställas. Vad bör finnas med i ett återförsäljningsavtal och är det möjligt samt lönsamt att uppgöra sådana avtal utan att anlita erfaren juridisk hjälp?

1.2 Syfte

Syftet med detta arbete är att för arbetets uppdragsgivare göra ett exklusivt distributionskontrakt med tillverkarföretaget i Polen. Teoridelen av arbetet skall ge råd och grunder för den praktiska del på av arbetet där jag uppgör kontraktet.

1.3 Avgränsning

För att ett exklusivt distributionsavtal skall vara fullständigt skulle det innebära att varje funktion och händelse som är möjlig att ske mellan avtalsparterna skulle tas upp och regleras så att alla framtida situationer kunde lösas med hjälp av avtalet, sett ur både företagsekonomisk synpunkt samt ur den juridiska aspekten. Meningen med arbetet att göra ett kortfattat avtal med de viktigaste juridiska punkterna och väsentligt företagsekonomiskt innehåll mellan parterna och samtidigt skapa ett formellt reglemente, som behandlar de viktigaste villkoren i vårt samarbete med den polska tillverkaren. Uppdragsgivarens önskan är att få framarbetat en avtalsmodell som innehåller de viktigaste punkterna för att stöda verksamheten i framtiden. Uppdragsgivarens vill inte att avtalet skall vara allt för ingående eller detaljerat, viktigast är att motparten lätt kan förstå innehållet och inte bli avskrämd med för tuffa klausuler. För att nå målet kommer jag inom detta arbete att avgränsa den juridiska sidan till att innefatta endast de mest betydande punkterna för avtalets lagenlighet istället sätta mer tyngd på den företagsekonomiska aspekten och de funktioner jag anser att kräver en formell överenskommelse.

Uppdragsgivaren har dessutom gett mig till förfogande redan utarbetade dokument som kan användas som färdiga bilagor i avtalet. Sådana är exempelvis ikraftvarande prislister, beställningsorder, samt transportkontrakt som uppdragsgivaren inte har behov av att omarbota.

Uppdragsgivaren är ett mikro företag och arbetet strävar till att uppgöra ett avtal som tjänar denna storleks företag på bästa möjliga sätt. Till mikro företag räknas företag som har mindre än 2 miljoner euros omsättning eller balansomslutning samt färre än 10 anställda (EU: kommissionens rekommendation 2003/361/EG)

1.4 Metod

För att samla in ämnesteorier kommer jag att göra en litteraturgenomgång i böcker samt artiklar som behandlar affärsavtal. Böcker ger en bra översyn inom grunderna i det ämne jag undersöker och genom att studera artiklar på internet hoppas jag kunna finna den nyaste informationen om ämnet. Genom att söka artiklar på internet hoppas jag även att jag kunde finna information och exempel som är så nära min avgränsning som möjligt.

(Patel, Davidson 2003, s.42)

Lagtexter kommer även att vara i en grundroll för att söka information för detta arbete. För att slutprodukten dvs. avtalet skall kunna vara bindande måste den följa de lagar och förordningar som tillämpas inom det område som avtalsparterna befinner sig i.

I den praktiska delen av arbetet tillämpar jag en kvalitativ undersökning genom erfarenhet jag själv samlat på mig under den tid jag själv arbetat med uppdragsgivarföretaget tillsammans med den teori jag bekantar mig med genom litteratursgenomgång inom avtal samt lagar och förordningar inom ämnet. Jag kommer även att göra en intervju för att effektivt kunna få klarhet i den juridiska aspekten av detta arbete. Jag utfört intervjun med en person som har utbildning och flera års erfarenhet av juridik. Jag anser att intervju är det effektivaste sättet att få fram den mest väsentliga informationen inom den juridiska delen av arbetet efter som jag själv har mycket liten praktisk erfarenhet av avtals juridik.

(Patel, Davidson 2003, s.69)

1.5 Arbetets uppbyggnad

Arbetets första del är teori om exklusivt distributionskontrakt och vilka de väsentligaste punkterna i kontraktet är som jag anser att bör finnas med i den avtalsmodell som jag vill presentera för uppdragsgivaren. Punkterna tas enskilt upp och klargörs med den ämnesteori jag använt mig av.

I mitten av arbetet berättar jag om uppdragsgivaren samt om samarbetsföretaget med hjälp av en företagsanalys. Vid denna punkt är det viktigt att ta fram information om företagen så att det blir tydligt vilka behov som avtalsparterna har inför det slutliga avtalet. Jag kommer även att presentera segelbranschen i Finland för att kunna ge en bild om uppdragsgivarens affärspotential och marknad som företaget befinner sig i.

I den praktiska delen tillämpar jag uppdragsgivarens behov och uppgjorda lösningar tillsammans med den teori som jag beskrivit om varje avtalspunkt. Jag använder mig även av de juridiska råd som jag arbetat fram ur intervjun från den kvalitativa undersökningen.

Slutligen resulterar arbetet i att jag presenterar en modell på ett exklusivt distributionskontrakt som efter att arbetet avslutats skall presenteras för uppdragsgivaren och dennas samarbetsparter och förhoppningsvis kunna undertecknas i sin helhet för att sedan fungera som skriftlig överenskommelse mellan parterna.

2 Vad är ett exklusivt distributionsavtal ?

Avtal i allmänhet är en rättshandling mellan två juridiska parter som önskar att åstadkomma en förändring eller att säkerställa något som parterna gemensamt överenskommit. Olika typer av avtal ingås ofta dagligen men kan vara av så liten verkan att den enskilda individen inte ens tänker eller lägger märke till att ett avtal ingåtts. (Kivelä, Nordell 2008, s.32)

Ett distributionsavtal är en typ av representationsavtal som är en väsentlig del i internationell handel. I ett distributions avtal är det frågan om att två parter vill ingå ett samarbete om försäljning och köp av en produkt och genom avtalet göra en skriftlig överenskommelse om de gemensamma spelreglerna. Detta betyder att den ena parten ofta är tillverkaren av produkten och den andra parten är ett företag som ämnar sälja och representera produkten i ett visst marknadsområde. (Selin 2004, s.73)

Ett distributionsavtal är ett vertikalt avtal mellan företag i olika led av produktions och distributions kedjan. I detta fall är det förhållandet tillverkare till distributör som gör avtalet vertikalt.

(Konkurrens- och konsumentverket, 2012)

Avtalet kan vara mycket kortfattat eller mycket innehållsrikt beroende på hur invecklat marknadskoncept man har och hur ingående parterna är villiga att avtala om samarbetet. Varje distributionsavtal och handelsförhållande ser olika ut och eftersom avtalsfrihet mellan parterna i huvudsak råder så finns det heller inte några bestämmelser om hur avtalet måste se ut. Avtalsfrihet betyder att lagen i princip inte tillämpas vid de situationer som skilt beaktats i avtalet. Även handelsseder eller praxis som uppkommit mellan parterna i ett affärsförhållande måste anses vara bindande och då kan inte lagen tillämpas på sådan punkt. (Finlands köplag 27.3.1987 / 355, 1 kap §3)

Ett distributionsavtal med exklusivitet eller även kallat ensamrätt tar steget vidare och binder parterna med ett villkor om ensamrätt till en viss marknad eller territorium som exempelvis en region eller ett land. _ Detta betyder i praktiken att man avtalar om att tillverkaren inte får sälja sina produkter till någon annan intresserad säljare på område och kan även betyda att säljaren måste hålla sig borta från andra marknadsområden där tillverkaren möjligen har avtalat med en annan lokal aktör. (Stenberg 2005, s.266)

2.1 Representationsform

Ett handelsförhållande mellan produkttillverkare och distributör kan se ut på flera olika sätt. De vanligaste formerna är återförsäljar- och agentförhållande, vilka båda strävar efter att marknadsföra och sälja tillverkarens produkter vidare åt kunden. Den största skillnaden mellan dessa former är graden av självständig beslutandesrätt i försäljningsarbetet och ägandeförhållandet till produkten som säljs. Som avtalspart i ett handelsförhållande är det viktigt att från början av samarbetet klargöra typen för handelsförhållandet som grund för att kunna bygga upp försäljningskanalen. (Selin 2004, s.64)

I ett agentförhållande ägs aldrig försäljningsföremålet i fråga av handelsagenten utan han förmedlar och representerar tillverkaren mot en försäljningsprovision. Vid agentförhållande är det tillverkaren som får fatta beslut om alla detaljer av försäljningen dvs. försäljningspris, marknadsföring, distribution osv. och handelsagenten fungerar mer som en anställd eller vid större proportioner som dotterbolag till tillverkaren. Från distributörsidan innebär ett agentförhållande alltid mindre risker eftersom man har mindre eget kapital fast i verksamheten. Däremot är även möjligheterna till att göra vinst mindre eftersom provisionen regleras av huvudmannen. Juridiskt sätt är ett agentavtal mer juridiskt reglerat eftersom parterna inte är likvärdiga utan tillverkaren anses vara den starkare parten. Detta betyder i praktiken att uppgörandet av ett agentavtal är mer komplicerat än ett återförsäljningsavtal. (Selin 2004, s.66)

En återförsäljare representerar alltid huvudmannens produkter genom sitt eget företag och genom att självständigt köpa in produkterna till sig själv för att sedan sälja produkterna vidare enligt egen prissättning och försäljningsvillkor. Detta kräver större risktagande av distributionsparten eftersom denna måste binda sitt egna kapital i inköp av handelsföremålet. (Selin 2004, s.68)

Handelsförhållandet mellan min uppdragsgivare och dennas huvudman är ett återförsäljnings förhållande där min uppdragsgivare arbetar självständigt inom sitt marknadsområde. Därför kommer jag framöver i detta arbete endast att koncentrera mig på företagsekonomiska- och juridiska detaljer utgående från ett återförsäljningsavtal.

2.2 Identifiera avtalsparten

För att ingå ett avtal är det mycket väsentligt att exakt veta vem man ingår ett avtal med.

Vid avtal med ett företag från ett annat land kan det lätt kännas osäkert med företagsnamn och förkortningar av företagsformer på ett okänt språk och som skiljer sig från de vi är vana med i hemlandet. För att avtalet skall vara bindande är det en grundförutsättning att firmanamnen är korrekta och även att man försäkrar sig om att den som undertecknat faktiskt har underteckningsrätt i företaget. Bolagets juridiskt korrekta firma är det som skall användas och man skall vara uppmärksam att avtalet inte tecknas med någon form av bifirma eller dotterbolagets namn. Det är även viktigt att skriva in företagens hemort dvs. i allmänhet var företagen har sitt huvudkontor.

(Stenberg 2005, s.259)

2.3 Avtalets språk

Vid internationella avtal måste nästan uteslutande en finländare använda sig av något annat språk än sitt eget modersmål i avtalstexten. Tyskans, spanskans och franskans användning i avtal var tidigare mycket vanligt och som en liten befolkning stod finländare ofta under trycket att gå med på språkvillkoren som ställdes av företag från större europeiska stater. I dagens läge har engelskan tagit över som det mest använda avtalspråket i stora delar av världen eftersom det bidrar till bättre jämnställdhet mellan avtalsparterna. (Lukander 2012)

En stor del av vår befolkning anser sig behärska exempelvis det engelska språket och det anses nödvändigtvis inte som ett direkt problem att man använder sig av det i avtal. Det man dock bör tänka på är att det språk och de termer som man använder sig av i avtalstexten kan vara mycket mer komplicerade och ovanliga än den vardagliga engelska många anser sig kunna. Exempelvis USA som har helt avvikande lag från den som tillämpas i Finland och dessutom ofta står på hemmaplan när det gäller avtalspråket kan använda sig av juridiska termer som det inte ens finns någon motsvarighet till i det finska rättssystemet.

Som verktyg i språkfrågor kan man använda sig av tolkar eller jurister som behärskar det främmande språket. Detta alternativ är återigen inte det intressantaste för den sparsamme mikroföretagaren. Ett fungerande och mindre kostsamt sätt kunde vara att använda sig av

så enkel och vardaglig avtalstext som möjligt så att alla involverade parter kan känna att de verkligen förstår det som avses i avtalstexten.

(Stenberg 2005, s.263)

2.4 Avtalets produkt

Det bör finnas en beskrivning på de produkter som berörs i avtalet. Beskrivningen kan placeras i avtalstexten eller som bilaga ifall produkterna är flera till antalet eller kräver en detaljerad beskrivning. Detta är viktigt speciellt för avtalsparter som ingår skriftligt avtal först efter en längre period med bara enklare överenskommelser då det då kan anses mycket självklart att man avtalar om de produkter man redan representerat. Detta kan igen leda till ytterligare problem vid möjliga tvister.

(Stenberg 2005, s.265)

2.5 Begränsningar i lagstiftningen

Avtalsfrihet är utgångspunkten i alla distributionsavtal, vilket betyder att avtalsparterna kan sinsemellan komma överens om spelregler i sitt samarbete. Spelreglerna är de gällande och uppkommer det situationer som inte går att lösa med dessa överenskommelser så måste man hänvisa till den lagstiftning som man att tillämpa i avtalstvister.

De avtal där båda parterna befinner sig inom EU regleras av EU:s konkurrens förordningar. EU kommissionens konkurrens förordning nr. 330/2010 som trätt i kraft år 2010 strävar efter en så fri handel inom EU området som möjligt samt att göra de rättsliga skillnaderna mellan medlemsländerna så små som möjliga. Detta betyder i praktiken att avtal som begränsar eller förvrider den fria konkurrensen på den europeiska marknaden är starkt reglerade. Detta gäller t.ex. avtal som begränsar investeringar, marknadsföring, teknisk utveckling osv. Den verksamhet som idkas inom uppdragsgivarens företag kan anses vara så liten att avtal inte omfattas av begränsningar eller skulle kräva någonslags konkurrenskontroll. Regleringarna beaktas först om företagets marknadsandel överstigit 10 % enligt EU kommissionen (EU kommissionens tillkännagivande 2001). Den finskalagstiftningen har även motsvarande regleringar som finns sammanfattade i konkurrenslagen. Lagen förbjuder exempelvis avtal som innebär regleringar i

försäljningspris och begränsningar som snedvrider den fria marknaden. (Konkurrenslag 12.8.2011/948, 2 kap § 5)

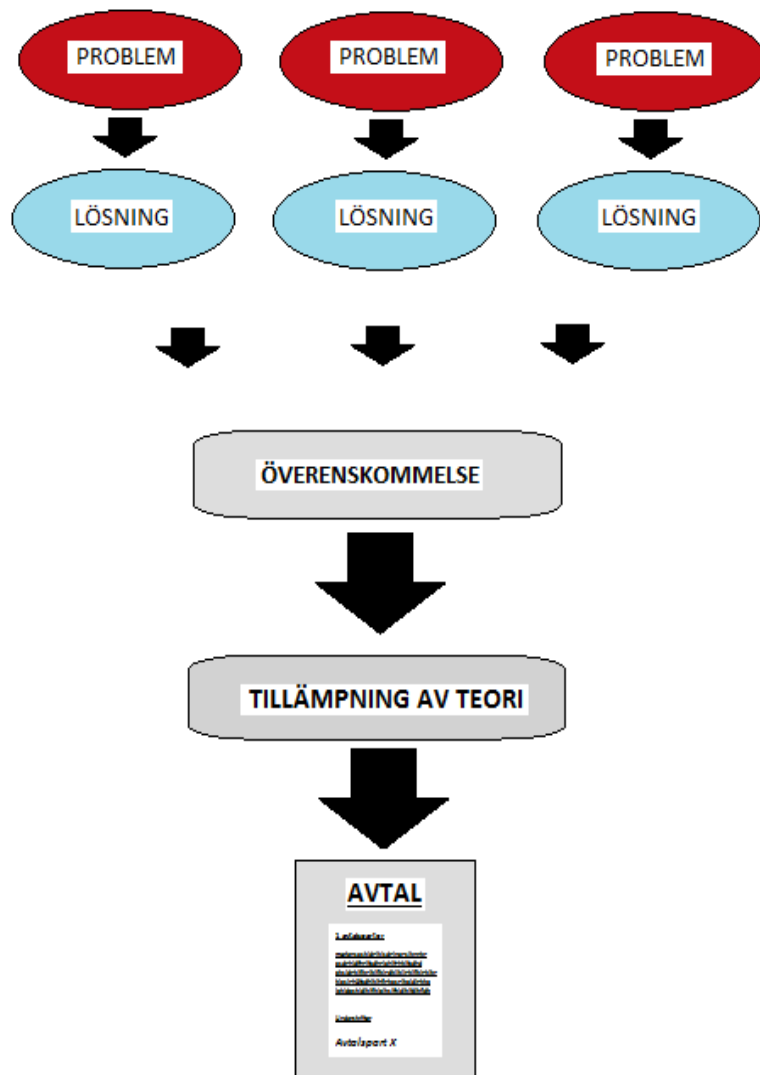
2.6 Varför behövs ett exklusivt kontrakt

Man kan säga att det finns två typer av distributionsavtal. De som inkluderar exklusivitet dvs. ensamrätt till en marknad och de avtal som inte gör det. Speciellt för produkter med mindre marknader såsom t.ex. segeltillverkning så är det mycket viktigt att man har exklusivitet med det varumärke man representerar eftersom det inte skulle finnas utrymme för flera aktörer att kunna uppnå försäljningsvolymen som skulle ge vinst. Vid större marknader kan exklusiviteten begränsas till mycket små områden t.ex. städer eller kommuner, i metropoler t.o.m. till olika stadsdelar.

Med en överenskommelse om exklusivitet i avtal försäkrar man sig om att någon konkurrent inte kan göra intrång med samma produkt inom det egna företagets verksamhetsområde eller territorium.

(Stenberg 2005, s.267)

Syftet med detta avtal är inte att enbart kunna påvisa olika överenskommelser vid möjliga problemsituationer eftersom samarbetet fungerar väldigt bra och parterna anser kunna lita på varandra. Grundtanken är att sammanfatta alla de muntliga överenskommelser som uppstått genom praktiskt arbete och inom utvecklingen av samarbetet. Genom avtalet får man allt detta i ett och samma dokument som förhoppningsvis klargör och förenklar att se tillbaka på de gemensamma spelreglerna.



Figur 1 Från problemlösning till avtal

2.7 Ensamrättens geografiska område

När man avtalar om ensamrätt i ett distributionsavtal bör man definiera vad det innebär i praktiken. Oftast kan man tänka sig att ange t.ex. Finland som det geografiska område men är det tillräckligt? Om man tänker på ett företag inom båtbranschens marknadsområde och kunder så finns exempelvis området Åland där flera svenska båtägare har sina segelbåtar stationerade. Om definitionen är endast "Finland" så kan företaget då leverera produkter till Åland fast betalningen sköts från Sverige? I detta fall kan lösningen vara att man antingen anger att ensamrätten tillfaller alla kunder inom Finlands gränser eller att försäljning får ske till alla kunder med båt stationerad inom Finlands gränser.

(Stenberg 2005, s.266)

2.8 Hur tvister kan lösas i ett avtalsförhållande

Om problemsituationer som inte snabbt kan lösas med vardaglig kommunikation och överenskommelser uppkommer utan leder till en långvarigare tvist är det mycket viktigt att lägga ner resurser på att lösa situationen så att den gör så lite skada som möjligt. Lyckas parterna inte lösa problemen i tid kan kostnaderna för tvisten snabbt överstiga värdet på själva tvisteobjektet.

När man tänker på hur problem borde lösas kommer man lätt att tänka på de fall som kommit till kännedom via media. Då är det oftast frågan om större bolag och när tvisterna överstigit nyhetströskeln så är processerna oftast redan i åtalsskedet.

Vid uppgörandet av samarbetsavtal är det viktigt att tänka på hur man vid tvistesituationer överlag kan undvika åtal och vilka hjälpmedel man kan ta sig till för att hålla sig borta från domstol.

Metoderna kallas för alternativa tvistemålsmetoder eller ADR vilket kommer från engelskans Alternative Dispute Resolution. Detta handlar om att föra diskussion och förhandlingar på högsta möjliga företagsledningsnivå, med utomstående expertis som kan ge utlåtanden i ärendet samt anlita en medlare.

(Stenberg 2005, s.230)

Andvändning av medlare eller förlikningsförfarande som det officiellt heter har varit i bruk i Finland sedan 2006. Förlikningsförfarandet går ut på att avtalsparterna kommer överens vid en tvistesituation om en opartisk medlare som leder förhandlingarna för att lösa situationen. Medlaren är oftast en advokat som genomgått en medlingsutbildning och t.ex. i Finland är godkänd medlare av advokatförbundet. I vårt fall kunde det vara bra att ha med förlikningsförfarandet i avtalet som en möjlighet ifall tvister skulle uppstå. Förlikningsförfarandet är populärt på grund av att kostnaderna för det är mindre än vad ett skiljemanna- eller domstolsförfarande kan vara. (Lukander & Ruohola Oy 2012)

2.9 Giltighetstid och uppsägning av avtal

Avtalsparterna måste bestämma sig för hur länge avtalet skall vara i kraft. Möjligheterna är att avtalet är tidsbestämt och måste förnyas efter en viss tid eller att man tillämpar ett tidsobestämt dvs. ett tillsvidare avtal. Tilläggs möjligheten för det tidsobestämda kontraktet

är att man har en tidsbestämd minimilängd på avtalet och efter detta fortlöper kontraktet tills vidare.

När man tillämnar tidsobestämt avtal är det mycket viktigt att man sätter stor vikt vid uppsägningsreglerna eftersom det inte finns någon bestämt tid då avtalet utlöper.

”Det är nästan viktigare att veta hur man kommer ur ett avtal än hur man kommer in i det.”
(Stenberg 2005, s.279)

Ett tidsobundet avtal sägs oftast upp med en uppsägningstid för att ge motparten tid och möjlighet att förbereda sig för situationen och kunna göra genomtänkta beslut om framtiden. Eftersom avtalsfrihet råder kan uppsägningstiden vara i princip vad som helst men det är viktigt att den relateras till vad som är realistiskt. Oftast brukar det handla om några månader upp till ett halvt år.

Det finns även situationer där avtalet bör kunna sägas upp med omedelbar verkan. Dessa situationer kan vara exempelvis den ena avtalspartens konkurs, brott mot distributionsavtalets regler eller ägarbyte i avtalspartens bolag.

(Stenberg 2005, s.278-279)

2.10 Formella punkter i avtalet

Om man samarbetat en längre tid med sin avtalspartner före ett konkret avtal uppgörs kan det hända att man redan gjort många överenskommelser muntligen eller även skriftligen t.ex. per e-post. För att dessa tidigare överenskommelser inte skall ha någon laga kraft och för att försäkra sig om att det som överenskommes i det nya avtalet faktiskt är det som gäller så är det viktigt att man sätter in en klausul i avtalet som upphäver alla tidigare liknande överenskommelser som förekommer i det nya avtalet. Det vill säga att det föreliggande avtalet utgör avtalsparternas hela överenskommelse.

(Stenberg 2005, s.282)

Eftersom företagsverksamheten hela tiden lever i takt med sin marknad kan vissa punkter i ett distributionsavtal vara föråldrade över en natt. Därför är det viktigt att avtalsparterna har klart för sig hur man skall gå till väga för att kunna göra ändringar i avtalet. De flesta avtalspunkterna är sådana att det är viktigt för båda avtalsparter att ändringar kan göras på

kort varsel. Däremot finns det punkter som t.ex. priser samt exklusivitet som det kan vara bra att man har en klausul på att det endast kan göras ändringar i t.ex. en gång per år.

(Stenberg 2005, s.282)

2.11 Val av tillämpad lag

När man väl råkat i tvister med sin avtalspartner är det tryggt att kunna se tillbaka på sitt avtal och konstatera att man utsatt noggranna tillvägagångssätt som tillämpas vid punkter som inte blivit omnämnda i själva avtalet. Det optimala är förstås att man utnyttjat avtalsfriheten och gjort överenskommelser över alla tänkbara situationer och händelser. Detta är dock nästan omöjligt och kan resultera i några hundra sidors avtal som kanske inte är så relevant för mikro och små företag. Eftersom risken för problem utanför det som man avtalat om kan uppstå så är det viktigt att man valt och kommit överens om en lag som då tillämpas.

Som finländskt bolag är det absolut säkrast och på alla sätt lättast om man kan tillämpa sitt eget nationella lagsystem. Oftast är det dock inte så lätt eftersom avtalsparten i det andra landet samtidigt yrkar på att man använder dess nationella lag som referens. Grundtänkesättet man följer är ganska enkelt, ju längre från hemlandets nationella regler man kommer desto mer invecklat blir det ifall man som finländare måste tillämpa andra nationers lagar än sin egen. I stort sett kan man säga att man är ganska trygg om man kan tillämpa någon av de skandinaviska ländernas lag eftersom deras köplagar egentligen grundar sig på samma sak genom att de är utvecklade som ett nordiskt samarbete i början på 1960-talet. (Lukander 2012)

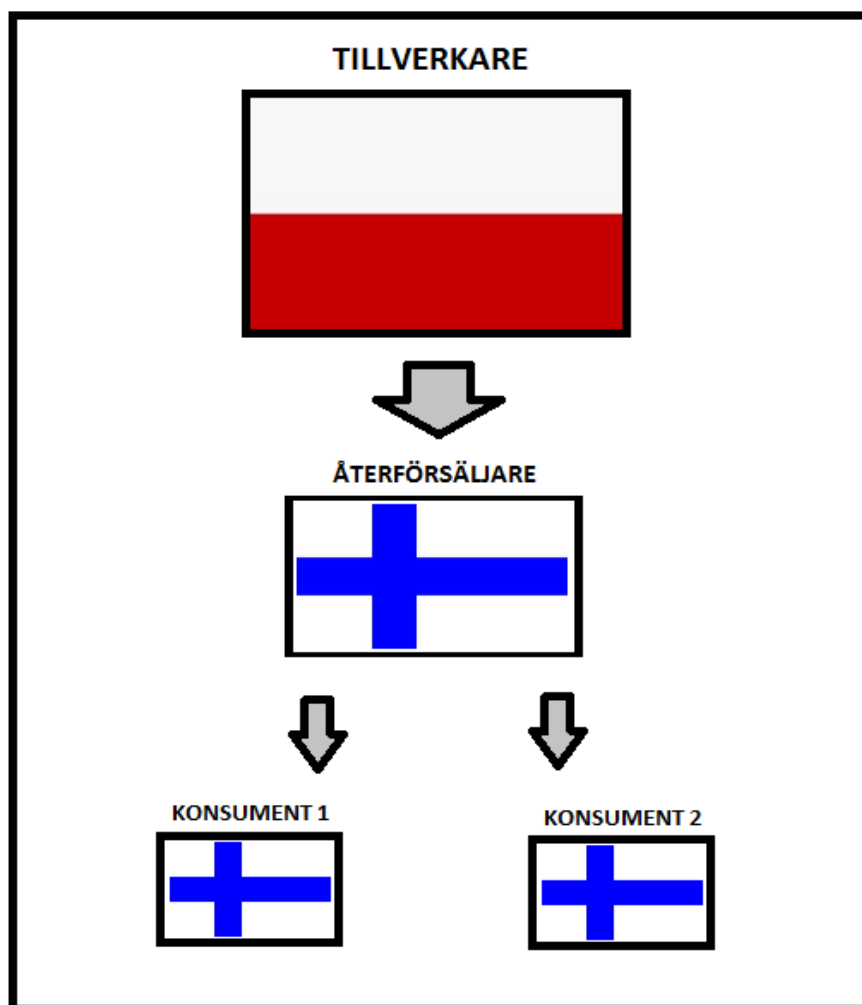
Uppstår det konflikt mellan avtalsparterna om vilka nationella lagar som skall tillämpas måste man kunna hitta en lösning. Alternativet är då alltså att välja en lag som både parterna kan anse som opartisk och likvärdig för bådadas ändamål. De andra skandinaviska lagarna nämndes redan som trygga alternativ men det som kommer fram som en mycket använd lösning är Förenta Nationernas handelslag, mer känd som United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG). Denna lag är ofta tillämpad p.g.a. att 76 länder tillträtt lagen och den kan anses vara känd runt om i världen (Lindmark & Welinder 2013). Enligt CISG bär säljaren stort ansvar över möjliga produktfel precis som Finlands nationella köplag gör och lagarna är i övrigt även mycket lika varandra. (Finlands Köplag, 27.3.1987/355, 6.kap)



Figur 2 Länder som tillämpar Förenta Nationernas handelslag CISG (Phase Law School, 2013)

3 Avtalsparterna

Avtalsparterna för detta arbete består av min uppdragsgivare som är återförsäljare av den andra partens produkter i Finland. Uppdragsgivaren säljer produkterna i störta del till konsumentmarknaden i Finland. Tillverkaren är en polsk segeltillverkare som även har samarbete med andra återförsäljare i nordeuropa. Min uppdragsgivare har inlett samarbetet med den polska tillverkaren våren 2011.



Figur 3 Avtalsparternas affärsförhållande

3.1 Uppdragsgivaren – återförsäljare i Finland

Uppdragsgivaren är ett år 2009 grundat aktiebolag från Åboland som bedriver produktförsäljning inom båtbranschen. Personerna bakom företaget har lång erfarenhet av både den egna branschen samt av företagsverksamhet även i andra branscher. Företagets huvudprodukt är segel för fritidsbåtar som tillverkas i Polen av en av de största segeltillverkaren i Östersjöområdet. Företaget representerar även andra produkter i form av lokal distributör som stöder försäljningen av segel.

Av min egen erfarenhet vet jag att företaget ända sedan sin start bekantat sig med flera segeltillverkare inom Europa för att jämföra produkter och samarbetspotential bland möjliga leverantörer. År 2011 ingicks samarbete med en leverantör i Polen som verkade uppfylla alla kriterier samt geografiskt sett befann sig på ett område som visade sig

fungerande med tanke på produktlogistik. Samarbetet har under flera säsonger visat sig vara framgångsrikt och kvaliteten på produkterna har visat sig vara mycket god. Att komma in på en marknad med okända produkter som domineras av starka varumärken har inte varit lätt men eftersom produkten visat starka egenskaper och företaget dessutom kunna kombinera detta med en mycket konkurrenskraftig prissättning har visat att affärskonceptet är lyckat.

Jag har intervjuat företagets grundare och verkställande direktör i frågor om företagets verksamhet.

Detta är en väldigt bra grund för ett framtida samarbete skall kunna fortlöpa i framtiden och parterna visar sig nu vara mogna för att ingå ett skriftligt avtal.

3.2 Återförsäljarens marknad

Antalet segelförsäljare i Finland är få och kan räknas på den ena handen. De flesta segelloften koncentrerar sig nästan enbart på försäljning av segel eller produkter direkt relaterade till segel. Segelloften i Finland är alla miko- eller små företag med allt från enskilda näringsidkare till aktiebolag med upp till 15 anställda. Bland dessa företag arbetar ungefär hälften under eget varumärke och resten tillverkar eller återförsäljer segel under licens av stora internationella varumärke. (Patent- och registerstyrelsen 2013)

Segel som produkt har flera goda egenskaper med tanke på försäljningen. Ett segels livslängd är relativt kort vilket i praktiken betyder att en aktiv fritidsseglare köper nya segel med 5-10 års mellanrum. En segelbåt kan i normala fall ha upp till över fem olika segel, vilket ofta ger tilläggförsäljning när man väl lyckats övertyga en kund med sin produkt.

I Finland finns det totalt över 30.000 segelbåtar av vilka ungefär hälften är större fritidsbåtar som utgör den viktigaste målgruppen för segelförsäljning. (Sjöfartsverket 2005). Segelförsäljningen i Finland är fortfarande väldigt konservativ såsom även segelbåtsägarna är. Seglarna kräver kvalitet och inhemska produkter är alltid ett plus. Att komma in som en ny aktör i båtbranschen med en produkt som tillverkas i ett östeuropeisk land är därför inte lätt.

I exempelvis Sverige har segelloften redan länge tillverkat största delen av sin produktion i utlandet p.g.a. lägre arbetskostnader. I Finland har denna trend inte varit lika snabb.

3.3 Analys av avtalsparten

För att analysera bolaget i egenskap av avtalspart använder jag mig av den information jag själv införskaffat vid möten med tillverkaren representanter samt av ett utdrag från det polska handelsregistret som jag haft tillgång till.

Tillverkaren är ett företag grundat år 1989. Före detta har företaget verkat sedan 1980 med ett annat namn men med samma ägare. Företaget ägs av dess operativa ledning på två personer. Den ena personen är ursprunglig ägare och den andra har varit ägare sedan början av 2000-talet då den andra ursprungliga ägaren velat avgå p.g.a. hälsoskäl.

Företagsformen för tillverkaren är *Spółka jawna* som är mycket liknande det vi i Finland kallar öppet bolag. Bolagsformen är lite speciell för ett företag i tillverkarens storlek men av den erfarenhet som finns av bolaget så kan man dra slutsatsen att detta är företaget ursprungliga bolagsform och eftersom bolagsmännen alltid kommit överens och verksamheten inte krävt särskilt stora investeringar så har det inte funnits anledning att göra om det till motsvarigheten av ett aktiebolag.

Företagets huvudprodukt är segel för fritidsbåtar. En specialkunskap som företaget även har är att de tillverkar segel för stora segelfartyg av den typen som man känner igen från den internationella segeltävlingen Tall Ship's Race.

Företaget har mellan 15 -20 anställda beroende på hög- och lågsäsong.

Tillverkaren har faciliteter på ett industriområde vid kusten som även är känt för sin stora varvsindustri. Faciliteterna är väl lämpade för tillverkningen och maskinparken är modern. Faciliteterna befinner sig på en tomt som företaget äger och det finns även utrymme att utvidga byggnaderna ifall verksamheten skulle kräva det i framtiden.

4 Kvalitativ undersökning om juridiska frågor i kontraktet

Genom min kvalitativa intervju undersökning inom den juridiska aspekten är min avsikt att få en bild över hur distributionsavtal fungerar i praktiken samt att kunna få fram exempel på verkliga erfarenheter av vissa punkter inom de juridiska punkterna. Jag har intervjuat en advokat som har fyra års erfarenhet av avtalsjuridik och speciellt olika former av distributionsavtal. Advokaten vill förbli anonym i undersökningen men anger att han arbetar för en stor internationell advokatbyrå inom affärsjuridik.

4.1 Polskt företag som avtalspartner

Fast vi inom återförsäljarföretaget redan har två års erfarenhet av vår avtalspartner i Polen känns det främmande att ingå ett överenskommelse som avtalar om flera punkter inom avtalsjuridik. Jag ställde därför frågan om vad som möjligen bör beaktas och vad som kan vara speciellt för en polsk avtalspartner. Som svar på frågan menar advokaten att det inte finns någon speciell profil på en polsk avtalspart men att det helt klart finns kulturella skillnader i det juridiska förfarandet. Som finländare kan det vara mycket svårt att införskaffa information om ett polskt företag och en advokat i Finland har vanligtvis inte tillgång till register eller information utöver det som någon annan har. Språket är oftast mycket avgörande i många fall med de östligare staterna eftersom information sällan finns att få på annat än det statliga språket. Att anlita lokal expertis inom juridik kan oftast vara den effektivaste alternativet.

4.2 Vanligaste problemsituationer inom exklusiva distributionsavtal

Jag var intresserad av att få exempel på om det finns någon speciell punkt som ofta leder till problem i exklusiva distributionsavtal och frågade därför advokaten om exempelfall. Enligt advokaten är det svårt och säga om det speciellt finns någon enskild punkt som står fram i problemstatistiken eftersom distributionsavtal ofta kan vara väldigt omfattande och behandla så många olika saker. Det slutliga avtalet som undertecknas kan vara mycket bearbetat från det grundförslag som ena parten ursprungligen förevisat vilket betyder att båda parterna är överens. Dock förekommer det också tvister och advokaten ger som exempel att avtalsprodukterna och själva exklusiviteten i avtalet möjligen kunde vara en av de känsligaste punkterna. Produktutvecklingen kan vara mycket snabb i vissa företag vilket medför att det finns utrymme för olika tolkningar av ett avtal om avtalsprodukterna inte uppdateras i samma takt som de nya produkterna kommer till försäljning. Mängden produkter som återförsäljaren representerar för tillverkaren kan även vara så stor att det kan uppstå problem om beskrivningen om vilka produkter avtalet avser inte från början varit tillräckligt detaljerad.

4.3 Lönar det sig att göra avtalet själv?

Jag förklarar min uppdragsgivares affärsmodell och avtalsbehov för advokaten och ställer honom frågan ifall han anser att det lönar sig ekonomiskt att göra avtalet själv och stå för möjliga risker som kan ingå i att vara nybörjare. Enligt advokaten har yrkesmänniskor inom den juridiska branschen tillgång till ett stort urval av färdigt utarbetade avtalsmodeller som skulle kunna tillämpas som sådan i en stor del av våra behov. Med den bakgrundsfakta om affärsmodellen som jag angivit under intervjun ger advokaten en grov estimering på 5-10 arbetstimmar för att framställa ett avtal som kunde tillämpas i detta fall. Advokaten säger att det är väldigt svårt att kunna ge en slutlig offert på sådana uppdrag på förhand och att den slutliga arbetstiden som debiteras av klienten ofta beror på hur lätt avtalsparterna har att åstadkomma en överenskommelse om den slutliga versionen av avtalet.

Av denna estimering får man givetvis en riktgivande uppfattning över vad ett sådant arbete kunde medföra för kostnader och advokaten påpekar även att det finns stora skillnader mellan timtaxor på denna typ av juridiska tjänster på marknaden. Ett uppdrag av denna typ räknas inte som speciellt krävande för en yrkesman och advokaten berättar att detta fall kunde väl utföras av en advokatbyrå som inte hör till de dyraste på marknaden.

4.4 Nackdelar för återförsäljaren att ingå avtal med exklusivitetsklausul

Själv tänker jag exklusivitetsklausulen som enbart en stor nytta för min uppdragsgivare och jag hade svårt att kunna komma på några svagheter på denna punkt. Jag lyckades inte heller genom litteraturen hitta något konkret som skulle ge svar på det. Jag ställde därför frågan till advokaten som möjligen kunde ha erfarenhet av detta. Advokaten anser genast att man måste tänka sig vidare till skedet i avtalsprocessen där grundförslaget bearbetas mellan parterna. Tillverkaren undertecknar sällan ett avtal som inte är ömsesidigt vad gäller exklusiviteten. Detta betyder att tillverkaren får någonting i utbyte mot att den beviljar exklusiviteten på ett marknadsområde. Det kan vara frågan om exempelvis att tillverkaren vill ha med en minimiklausul som binder återförsäljaren till att köpa in ett visst antal produkter under en tidsperiod för att försäkra sig om att återförsäljaren verkligen arbetar på effektivaste sätt. Motparten kan även önska att man binder sig till tillverkaren på så sätt att man inte representerar andra tillverkare vid sidan om som erbjuder konkurrerande produkter.

Genom att se steget framåt i avtalsprocessen på detta sätt så anser jag att det klart kan vara ekonomiska risker ifall man som återförsäljare hamnar ut för att binda sig till sådana motprestationer. Jag ser dock att detta svar gav mig synpunkter som gör att jag kan vara mer förberedd då väl avtalsförhandlingen påbörjas.

4.5 Tillämpning av lag

I min teoretiska undersökning har jag studerat de möjligheter det finns för att tillämpa lag i ett exklusivt distributionsavtal. Jag har även undersökt förfarandet i situationer då problem uppstår och hur de möjligen kan lösas då avtalsparterna inte självständigt kan komma överens om en lösning. För att få insyn i hur dessa saker i verkligheten brukar tillämpas frågade jag advokaten vad kan vara ett fördelaktigt förfarande.

Advokaten instämmer i det jag tagit upp i min teoretiska undersökning om att det alltid är mest fördelaktigt att tillämpa den egna nationella lagen. Advokaten understryker att man även kan känna sig trygg att gå in för att tillämpa alla de nordiska ländernas lag system eftersom de är väldigt lika som vår här i Finland. Precis som jag även konstaterat i min teori del.

Enligt advokatens erfarenhet är skiljeman det mest använda förfarandet vid lösning av tvister inom distributionsavtal. Skiljemannaförfarandet är tidsmässigt effektivt och det utförs utanför offentligheten vilket bidrar till att affärshemligheter inte läcker ut. I uppdragsgivarens fall kommer dock skiljemannaförfarandets höga kostnader emot vilket gör att det inte är effektivt relativt sätt med verksamhetens storlek. Advokaten menar då att handläggning av dessa ärenden i finsk allmän domstol är det sätt som kunde tillämpas

När man uppgör avtalet är det viktigt att tillvägagångssättet och den tillämpade lagen tydligt framkommer men dock på ett enkelt sätt utan att dess mera specificera enskilda lagar.

5 Företagsekonomiska detaljer i avtalet

5.1 Marknadsföring

Marknadsföring på den finska marknaden ligger i både distributörens och tillverkarens intresse. Desto mera efterfrågan vi lyckas skapa på vår marknad, desto mera segel kan tillverkaren producera. Huvudpunkten i vår marknadsföring ligger i annonseringen i bransch-tidningar samt deltagande i de båtmässor som ordnas i Finland. Vi har redan tidigare kommit överens om att båda parterna deltar i kostnaderna för marknadsföring i Finland och det är viktigt att detta även framkommer i avtalet.

Vid deltagande i båtmässorna samt i övriga situationer då vi kommer i kontakt med våra kunder är det av stor betydelse att vi har konkreta demonstrations artiklar och provbitar på material som används i våra produkter. Det hör även till saker som vi vill att tillverkaren binder sig till att förse oss med.

Vi måste också tänka på vad vi kan bidra med i denna avtalspunkt och det främsta är då enligt min mening att vi förbinder oss att delta i minst en båtmässa per år.

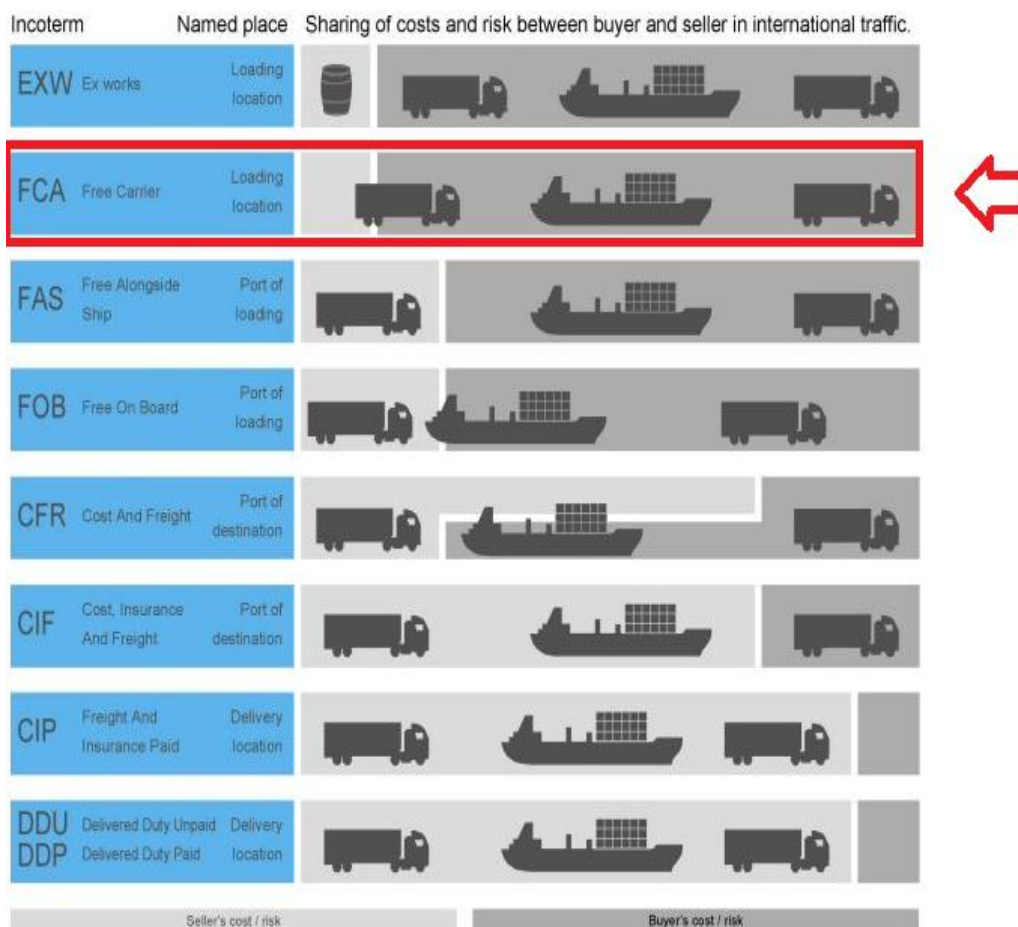
5.2 Priser och prissättning

Tillverkaren har försett oss med en inkösprislista på alla produkter som vi godkänt och arbetar efter. Eftersom en offertprocess kan ta upp till över en månad förrän kunden godkänt alla detaljer och vi kommit fram till en överenskommelse så är det viktigt för oss att tillverkaren inte har möjlighet att höja på priser

5.3 Logistik

Vid överenskommelser om logistikfrågor är det vanligt att använda sig av färdigt utarbetade leveransvillkor. Det mest använda leveransvillkoren är Incoterms som är utarbetat av den internationella handelskammaren International Chamber of Commerce. Leveransvillkoren Incoterms revideras vanligtvis med tio års mellanrum och den senaste versionen av villkoren är Incoterms 2010. Incoterms delas in i två huvudgrupper som är sjötransporter och övrig transport. Inom dessa finns 11 olika villkor där tyngdpunkten

ligger i om i vilken grad köparen eller säljaren bär ansvar för transporten. (ICC Finland 2013)



Figur 1 Transportvillkor, (Incoterms 2010, TWCG Logisticts, 2013)

Transportvillkoret ”Free Carrier” eller FCA är det villkor som är närmast det överenskommelser som hittills gjorts mellan exempelföretagen. FCA innebär att säljaren är ansvarig för varan ända tills denna sätt till att varan förs iväg av transportbolaget. FCA innebär större ansvar för köparen och det är viktigt att köparen har försäkrat godset med både ansvars- och varuförsäkring. (Andersson, 1999 s.37-41)

Det är viktigt att även transportvillkoren märks in i avtalet tillräckligt tydligt. Det rätta sättet är att nämna transportvillkoret tillsammans med leveransadressen. Ex. ”FCA Nunnegatan 4, Åbo, Incoterms 2010” (ICC Finland 2013) Eftersom Incoterms är internationellt känd är det ett mycket enkelt och effektivt sätt att tillämpa som transportklausul.

Kostnaderna för all transport av nya produkter till Finland betalas av distributören. Därför är det vår rätt att bestämma om hur frakten skall skötas och med vilket bolag. Eftersom tillverkaren använder frakttjänster i en mycket större grad än vad distributören gör så har de möjlighet till avsevärt bättre och billigare fraktkontrakt. Detta har vi utnyttjat redan sedan första transporten. Problemet i detta är att det transportföretag som utnyttjas har förmånliga priser på större transporter dvs. från en transport pall och över. Detta företag kan däremot inte konkurrera vid försändelser av mindre paket och därför har vi valt att göra ett annat transportkontrakt för dessa försändelser vilket inte är kopplat till tillverkaren.

Detta är viktigt att det finns med i avtalet eftersom försändelse av mindre paket med fel transportbolag i värsta fall kan leda till relativt stora tilläggskostnader.

Ifall produktfel inträffar inom den normala produktgarantin skall tillverkaren stå för alla transportkostnader mellan tillverkarens och distributörens adresser, medan alla transportkostnader inom Finland betalas av distributören.

5.4 Produktgaranti

Tillverkarens normala garanti för alla produkter är två år. Vi har som tillägg ännu vid förhandlingar yrkat på att garantin inte nödvändigtvis börjar vid leveransdagen utan vid det tillfälle då man kan anse att produkten tagits i bruk. Eftersom vi levererar en del av våra produkter till slutanvändaren under vintermånaderna så kan man inte räkna med att kunden har möjlighet att ta i produkten i bruk förrän väderförhållanden ger möjlighet att påbörja seglingssäsongen.

Vid produktfel som klart hör inom garantin så har tillverkaren rätt och är skyldig att reparera produkten själv eller vid mindre fel stå för korrigeringskostnaderna ifall arbetet sköts i Finland av lokal aktör

6 Analys av nyttan av skriftligt exklusivt distributionsavtal för mikroföretag

Allmänt taget är det alltid positivt med skriftliga avtal och undersökningen har fram till denna punkt visat många goda sidor med att tillämpa ett skriftlig distributionsavtal för min uppdragsgivares affärsverksamhet. För att analysera denna nytta använder jag mig av SWOT-analys metod för att kunna klargöra både goda sidorna, men även för att kunna genomsåda möjliga risker och hot som avtalet kan föra med sig.

SWOT – analys kommer från engelskans Strength, Weaknesses, Opportunities och Threats som betyder styrkor, svagheter, möjligheter och hot. SWOT – analysen är ett vanlig förekommande företagsekonomiskt planeringsverktyg. Styrkor och svagheter beaktar den interna affärsverksamheten medan möjligheter och hot avser den externa biten. (Kotler, 2003, s.102)

Styrkorna för ett exklusivt distributionsavtal är ganska självklara. Avtalet binder parterna så att tillverkaren kan lita på att vi som distributörer menar allvar och att vi faktiskt kommer att vara deras försäljningskanal på den finska marknaden på lång sikt. På samma sätt kan vi som återförsäljare känna trygghet i att vi vet att tillverkaren är bunden till att leverera varor till oss och att de inte kan dra sig ur och byta samarbetspartner utan större följder. Avtalet fungerar samtidigt som en handbok i vårt sätt att arbeta internt eftersom det innehåller de flesta överenskommelser vi har angående allt från inköspriser till transport av produkterna.

Som kontraktet största svaghet anser jag det kunna vara att det inte är fullständigt från början. Kontraktet kommer troligtvis att uppdateras flitigt i framtiden eftersom jag tror att varefter man stöter på problemsituationer så vill man så snabbt som möjligt få in nya spelregler för att undvika samma misstag i framtiden. En svaghet är även att det inte finns någon långvarig erfarenhet av avtalsjuridik intern och företaget har inte heller möjlighet att anlita en advokat under avtalsprocessen. Denna undersökning ger en stark teoretisk grund och juridiska erfarenheter har även konsulterats genom den kvalitativa undersökningen. En direkt närvaro av juridisk erfarenhet skulle dock ge en stark fördel i avtalsprocessen för min uppdragsgivare.

Avtalet ger trovärdighet för affärsverksamheten mellan uppdragsgivaren och tillverkaren. Båda parterna kan på så sätt lita på att motparten är med i verksamheten på allvar vilket är

viktigt för affärsverksamhetens tillväxt. Genom att parterna vet detta kan beslut om exempelvis investeringar göras på lång sikt.

Själva kontraktets existens kan även vara dess största hot. Samarbetet med avtalsparten har ända sedan dess början fungerat bra och fast alla problem som uppkommit inte blivit lösta så har ändå båda parterna visat intresse för att lösa dem. Det faktum att avtalsparterna inte heller har desto större kunskap i juridik kan leda till att parterna kan känna sig osäkra i vad de egentligen förbinder sig till genom att skriva under kontraktet. Detta kan även skapa misstankar hos tillverkaren och därför är det ytterst viktigt att alla avtalspunkter förklaras grundligt till alla involverade beslutsfattare. Båda parterna arbetar mycket intensivt under respektive högsäsong som utspelar sig under vintern och våren. Detta binder företagens beslutsfattare till sin högsta kapacitet och därför är det viktigt att avtalsprocessen äger rum under en period som är mindre intensiv. Avtalsprocessen kan ta upp mycket tid för beslutsfattarna och är inte något som hör till de vardagliga arbetsrutinerna. Det är viktigt att båda parterna har möjlighet och tid att koncentrera sig och diskutera om avtalsdetaljerna så att processen kan nå sitt mål och avtalet godkännas genom en löpande process som inte har allt för långa tidsavbrott.

7 Avtalet

I detta stycke presenterar jag det exklusiva distributionskontrakt som jag uppgjort för min uppdragsgivares ändamål. Avtalsmodellen finns i sin helhet på engelska som bilaga nummer 1.

I avtalet har jag satt in de punkter som jag anser vara viktiga för parterna att ha avtalat skriftligen om efter att jag sett tillbaka på den undersökning som jag gjort genom detta arbete tillsammans med den erfarenhet som jag har om uppdragsgivarens affärsverksamhet.

Avtalet innehåller tretton punkter varav åtta behandlar företagsekonomiska handlingar i samarbetet mellan parterna.

I första punkten av avtalet beskrivs avtalsparternas förhållande till varandra. Tidigare i undersökningen betonades att det är viktigt att från affärsförhållandets början kunna skilja på om distributören är en agent eller en självständig återförsäljare av produkterna.

Som andra punkt definieras produkterna som avtalet omfattar. Distributören representerar i allmänhet tillverkarens hela produkt sortiment men jag har ändå valt att definiera de viktigaste produkterna som avtalet bör gälla. Produkterna är definierade mycket kortfattat men detta kan inte specificeras mer exakt eftersom varje produkt tillverkas enligt måttbeställning.

Avtalets tredje punkt behandlar produkternas varumärke. Alla produkter som går via distributören skall säljas med tillverkarens eget varumärke. Punkten inkluderar även rätten att registrera ett finskt internet domän med tillverkarens varumärke som adress. Rätten till domänen är mycket viktig eftersom sökords statistiken på Google visar att antal sökningar av varumärket inom Finland har ökat relativt mycket sedan distributören introducerat varumärket i Finland.

Avtalspunkt nummer fyra ger tillverkaren skyldigheten att delta i marknadsföringskostnader och tillhandahålla distributören med marknadsföringsmaterial så som exempelvis materialprover. Enligt avtalet förbinder sig tillverkaren att delta i hälften av kostnaderna för reklam i facktidningar och representation på mässor. Tillverkaren förbinder sig dock att totalt delta med en summa på högst tvåusen euro. Tillverkaren åtar sig också ansvaret att hålla distributören uppdaterad om förändringar eller nyheter inom produktsortimentet.

I punkt fem behandlas inköspriserna för distributören. Parterna har sedan första början gjort överenskommelse om att följa en fast prislista och en viss kalkyl med vilken distributören självständigt kan räkna ut inköspriset för produkter med olika detaljer och tillägg. Detta dokument är tillagt till avtalet som bilaga ”1/2013 Price list” och är den enda bilagan som tillkommer till avtalet. Prisändringar skall kunna göras högst en gång per år och varje ändring måste presenteras för distributören minst två månader före den kan tas i bruk. Detta ger distributören utrymme för kommentarer men är även viktig med tanke på att försäljningsprocessen kan ta upp till över en månad från första offert till slutlig godkännande av kunden. All priser och all betalningstrafik skall gå enligt valutan euro vilket är viktig att tänka på eftersom tillverkaren har en annan valuta i sitt hemland.

Punkterna sex samt sju behandlar logistik samt försening av försändelser. Produktlogistiken skall följa Incoterms 2010 ”free carrier” – klausulen. Som tillägg utöver Incoterms skall produkterna vara packade och märkta på ett speciellt angivet sätt och varor

skall levereras till i avtalet angiven adress. Vid förseningar har distributören rätt att kräva skadestånd.

Exklusiviteten som redan beskrivits som en av de viktigaste punkterna i avtalet finns med i punkt nio. I punkten anges territoriet för exklusiviteten och anvisning om att tillverkaren bör uppmana sina distributörer i andra länder med att det finns en distributör med ensamrätt i Finland. Exklusiviteten skall även innebära att alla förfrågningar som tillverkaren möjligen kan få från den finska marknaden omedelbart bör vidarebefordras till distributören.

Punkt tio behandlar när avtalet träder i kraft och hur avtalet kan upplösas. Den normala uppsägningstiden för avtalet är sex månader men ifall någon dera part försätts i konkurs eller av någon orsak måste lägga ner sin verksamhet så är uppsägningstiden kortare. För att ge distributören en säkerhet mot tillverkaren har en klausul sätt in som ger distributören rätt att få kompensation ifall tillverkaren skulle säga upp avtalet och inga handel inom Finland under en två års period efter uppsägningen.

De sista avtalspunkterna elva, tolv och tretton är juridiska klausuler som anger att den finska lagen skall tillämpas i avtalet och att möjliga tvister skall avgöras i finsk allmän domstol. Punkt tolv uppmanar dock parterna att alla tvister skall i första hand alltid lösas genom fredliga förhandlingar.

Avtalet avslutas med datering och underteckning av parterna.

8 Sammandrag

Målet för detta arbete var att genom undersökning i ämnesteorin kombinerat med den kvalitativa undersökningen och min egen erfarenhet om affärsverksamheten kunna uppgöra en avtalsmodell som min uppdragsgivare skall kunna tillämpa i praktiken tillsammans med sin affärspartner. Jag ville också ta reda på ifall det som novis inom affärsavtal lönar sig att uppgöra avtalet utan hjälp av juridisk expert såväl ekonomisk som med tanke på risker som affärsförhållandet kan föra med sig.

Examensarbetsprodukten dvs. det exklusiva distributionsavtalet framställdes enligt den ursprungliga planen och den är nu ett fungerande avtal som uppdragsgivaren kan föra vidare till sin samarbetspartner.

Avtalsmodellen är som sagt en del av avtalsprocessen och processen kommer att fortsätta med avtals diskussioner där motparten kommenterar och möjligen ger förändringsförslag på vad som kan godkännas. I avtals diskussion är det viktigt att ha ämneskunskap för att kunna motivera detaljerna och jag anser att undersökningen ger en bra grund även för en lyckad avtalsdiskussion.

Arbetet ger insyn i hur omfattande ett distribution avtal kan vara och även vilka risker som kan uppkomma genom avtalet. Jag ställde frågan om det är lönsamt att ett litet företag går in för att göra upp distributionsavtal på egen hand utan att anlita professionell expert. På en allmän nivå anser jag att svaret kan vara olika beroende på hur affärsverksamheten ser ut i företagen. Tänker man på användningen företagets egna resurser så tror jag inte att man vinner något på att göra avtalet själv eftersom det kan vara mycket arbetsdrygt att börja upp från grunden och skapa ett avtal. Med tanke på ekonomin så kan man utgående från intervjun uppskatta att besparingen rör sig om några tusen euro för ett avtal av denna omfattning och räknar man något värde på den egna tiden som man sätter ner så kan besparingen i värsta fall bli obetydlig.

Utgångsläget kan givetvis vara ett annat och tänker man på fallet i detta examensarbete så anser jag att slutsatsen är lyckad och fördelen med att göra det på egen hand är självklar. Den ämneskunskap som man nu hämtar till uppdragsgivaren är värdefull och uppstår motsvarande behov för företaget i framtiden genom t.ex. en annan typ av produktrepresentation så är tröskeln betydligt lägre för att ta steget till ett avtal.

Arbetet har gett mig själv mycket nytta och jag anser att jag lärt mig mycket nytt, även sådana saker som jag inte före arbetet visste att jag skulle komma i kontakt med. Jag blev aningen överaskad i hur mycket olika bestämmelser och möjligheter för olika tillämpning det finns inom den juridiska sidan i avtal. Genom arbetet har jag lärt mig förstå hur mycket engagemang det krävs för att bli specialist inom ämnet och jag anser att det har gett mig mycket starkare färdighet för att kunna studera och undersöka vidare i distributionsavtalens djungel.

Källförteckning

Andersson Arne, 1999, *Export och Import – att handla med utlandet*, Gleerups Förlag

Incoterms 2010, TWCG Logisticts (2013), www.winecaregroup.com

International Chamber of Commerce – Finland, Kansainvälinen kauppa, Hämtat 14.3.2013, www.icc.fi > kansainvälinen kauppa

Kivelä, Nordell, *Lär känna lag och paragraf*, 2008

Konkurrens- och konsumentverket 2012, *Konkurrensbegränsningar i samband med leverans- och distributionsavtal*, Hämtat: 5.4.2013, www.kilpailuvirasto.fi > Konkurrensbegränsningar.

Lindmark & Welinder, Advokatfirman Lindmark Welinder AB, *CISG hit och CISG dit*, Hämtat 21.3.2013 <http://www.lwadvokat.com> > sök > CISG > CISG hit och CISG dit.

Lukander, Advokatbyrå Lukander & Ruohola Ab. Jälleenmyyntisopimuksissa huomioitavia seikkoja. Hämtat 13.3.2013 <http://www.llr.fi> > Artikkelit > Yrityksen sopimukset > Jälleenmyyntisopimuksessa huomioitavia seikkoja

Patel Runa, Davidson Bo 2003, *Forskningsmetodikens grunder*, Studentlitteratur Lund

Pace Law School , Hämtat 20.3.2013, www.law.pace.edu > Centres and special programs > Institutes > Institute of international commercial law.

Selin Erica, 2004, *Vientitoiminnan käsikirja*, Tietosanoma Oy

Sjöfartsverkets publikation , *Veneilyn määrä ja taloudelliset vaikutukset Suomessa*(2005)

Stenberg Hans, 2005, *Distributionsavtal*, Industrilitteratur Ab

Wilhelmsson, Sevón, Koskelo, 2006, *Huvudpunkter i köplagen, 3. uppl.* Talentum Media Oy

Kotler Philip, 2003, *Marketing Management – eleventh edition*, Pearsons educations LTD

Författningssamlingar

Finlands Konkurrenslag 12.8.2011/948

Finlands Köplag, 27.3.1987/355

EU kommissionens rekommendation 2003, 2003/361/EG *Definitionen av mikroföretag samt små och medelstora företag*, [EUT L 124, 20.5.2003], Europeiska gemenskapernas officiella tidning.

EU kommissionens tillkännagivaden 2001, *Tillkännagivande från kommissionen om avtal av mindre betydelse som inte märkbart begränsar konkurrensen enligt artikel 81.1 i Fördraget (de minimis) (2001/C 368/07)*, Europeiska gemenskapernas officiella tidning

EU kommissionens förordning nr 330 / 2010, *tillämpningen av artikel 101.3 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden*, Europeiska gemenskapernas officiella tidning

BILAGA 1**Exclusive Distributor Agreement****Parties of the agreement****Distributor****[XXXX]****FINLAND****AND****Manufacturer****[XXXX]****POLAND**

1. Distributors status

The distributor shall purchase the products from the manufacturer and distribute them to customers as an independent contractor in its own name and for its own account.

The distributor is not and may not make the impression of being an agent or representative of the manufacturer, and does not have the right to make any agreements on the behalf of the manufacturer.

2. Products

The products covered under this agreement shall refer to all products manufactured by the manufacturer such as:

- Mainsails
- Headsails
- Spinnakers
- Gennakers
- Sail covers
- Other sails and products related to sailing

3. Trademark

The products of this agreement are sold on the Finnish market with the manufacturer's product brand.

The distributor is allowed to register the web domain [www.\[XXXXXX\].fi](http://www.[XXXXXX].fi) for marketing purposes of the manufacturer's products.

4. Sales promotion

The manufacturer is committed to participate in the costs incurred in sales promotion at the Finnish boat branch fairs and advertisement of the manufacturer products published in Finnish boat magazines. The manufacturer participates with 50 % of the direct costs for the trade fairs and magazine advertisements.

The maximum expense that the manufacturer have to spend is 2 000 € per year.

The distributor agrees to pay for other advertising costs in Finland.

The manufacturer shall provide the distributor with necessary sales promotion materials and information concerning the products for each season.

The manufacturer shall without any delay inform the distributor of any changes in the products, material or terms of sale that might affect the marketing and sales promotion of the products.

5. Prices

Prices must follow the price list in the document nr. 1/2013 attached to this agreement.

Updates on the price list can be made once a year.

Updated price list must be presented to the distributor two months before it can be approved and put into service.

All prices in the price lists must be presented in Euros.

The annual price increase may not exceed 10 %.

The distributor shall be free to set its own resale prices.

All charges between the parties shall be paid within 10 days after the date of invoice.

The interest rate for payment delay is 8,00 % per annum

6. Logistics policy

Shipments of products to the distributor shall be, unless otherwise agreed sent to:

[XXXXXX]

[XXXXXX]

[XXXXXX]

FINLAND

Transportation costs for shipment of new sails are paid by the distributor.

Because the distributor pay for transport of new products, has the distributor also the right to determine the details of transportation.

The rules of Incoterms 2010 with the FCA – Free Carrier description shall be followed for the transportation arrangements.

All products such as sails and covers shall be individually packed for transportation in its own bag inside the transportation box.

Every product or product bag shall be labeled in an appropriate way with at least the details of:

- Customer name
- Boat type
- Type of product
- Order number

Every shipment must be packed in a relevant way in order to prevent damage to the products.

7. Product Warranty

All products supplied by the manufacturer to the distributor have two-year product warranty. This does not apply on sail bags. The warranty time begins when the sail is considered to be taken into use. This refers to products that have been delivered outside the sailing season during late autumn or winter time. The sailing season in Finland is between 1 of May to 30 September each year.

For warranty repairs performed by the in Poland, is the manufacturer responsible for any transportation cost between Finland and Poland as well as transport back to Finland. All transport of warranty issues in Finland is paid by the distributor.

At minor product defects, repairs may be carried out in Finland with the distributor's collaborators. In these situations, the manufacturer has the right to approve the repair job in advance.

8. Delivery Delay's

In case of delay in delivery of products to Finland, has the distributor right to receive discount on the product. The last day of delivery is marked on the product order form when ordering and has to be approved by the manufacturer.

The delay discount is 10 % of the original product price for each started workweek. The discount can total a maximum of 30 % of the original product price.

9. Exclusivity

With the signing of this contract the manufacturer commits to give the distributor exclusivity to the sole Finnish market. This means that the manufacturer either through direct sales or sales through other partner may not sell or deliver its products to consumers and businesses in the Finnish market territory as long as this Agreement is in legal force.

If the manufacturer receives enquiries or orders for products directly from the Finnish market territory, the manufacturer shall notify the distributor of this within 7 days of receiving the action.

the manufacturer shall instruct it's other distributors in all other market territories not to sell products manufactured by the manufacturer in the Finnish market territory.

10. Term and termination of Agreement

The Agreement shall enter into force from the date of both parties signing this Agreement. The Agreement is in force until further notice. The Agreement can be terminated by either party with following restrictions

Distributor

The distributor runs down its business. The Termination period is 3 months.

The distributor is declared bankrupt. The contract can be terminated with immediate effect.

For other reasons, the agreement can be terminated by giving a written notice in six (6) months prior.

Manufacturer

The manufacturer runs down its business. The Termination period is 3 months.

The manufacturer is declared bankrupt. The contract can be terminated with immediate effect.

For other reasons, the agreement can be terminated by giving a written notice in six (6) months prior.

After termination of this contract by the manufacturer, commits the manufacturer to not sell or distribute any products to the Finnish market territory for a two (2) year period starting from the date of termination.

If the manufacturer, brakes the time period of two (2) years by selling products to the Finnish market territory, will this give the distributor or its representative the right to claim compensation from the manufacturer, .

11 . Governing Law

This Agreement shall be governed by and construed in accordance with the laws of Finland.

12. Competent Jurisdiction

All disputes that may arise shall be settled amicably through negotiations. In case no settlement can be reached through negotiation, the case shall be finally settled in Finnish public court.

13. Counterparts of this Agreement

This Agreement has been made in two original counterparts, one being retained by each party hereto.

Date:

Place of signing:

Distributor

Manufacturer

ATTACHMENTS

1 of 1 1/2013 Price list (total 6 pages)